



2021年3月期 第3四半期決算説明資料

2021年 2月 1日

喜びを創り喜びを提供する

寿心 寿スピリッツ

<https://www.kotobukispirits.co.jp/>



目次

- 2021年3月期 第3四半期決算概要 P 1～15
- 2021年3月期 通期業績予想 P 16～19
- 今後の経営方針とセグメント別業績の概況 P 20～38
- 株式の状況・株主還元 P 39～42
- 参考情報 P 43～54



新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

新型コロナウイルス感染拡大の業績に与える影響

<2021年3月期 第3四半期(累計)>

- 期間前半は、新型コロナウイルス感染拡大による「緊急事態宣言」発令を受け、事業活動の大幅な縮小を余儀なくされた。期間後半は、経済活動の再開や政府による「GoToトラベルキャンペーン事業」の効果等もあり回復の兆しが見られたものの、感染は収束と拡大を繰り返しており、依然として予断を許さない状況が続いている。

売上高月別増減率(対前年同月比) <海外子会社除く>

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
増減率	△82.4%	△79.0%	△61.5%	△56.7%	△60.8%	△48.6%	△34.1%	△37.8%	△36.7%

- 利益面は、第3四半期(10-12)が黒字転換したことにより、累計期間の赤字額は減少。引き続き役員報酬及び従業員賞与の減額などによる人件費の抑制及び経費の見直しなどコスト削減に努めている。営業外収益に計上している雇用調整助成金などの助成金収入は1,869百万円。
- 手元現預金は期首から2,965百万円減り5,325百万円となる。新型コロナ制度融資680百万円の調達実施、増枠した当座借越枠(78億円)からの借入実行は無し。引き続き、設備投資の抑制、在庫圧縮、コスト削減、助成金活用などによるキャッシュフローの改善に努めている。

<足元の状況>

- 昨年末からのGoToトラベル事業の一時停止、年初の11都府県を対象とした「緊急事態宣言」再発令に伴い、移動自粛が広がりを見せており、事業環境は再び悪化。

<2021年3月期の業績予想について>

- 現時点において2020年11月4日に公表した通期業績予想から変更はなし。

2021年3月期 第3四半期決算概要

2021年3月期 第3四半期(累計)の業績ハイライト

(3Q会計) 売上高 36.8%減収、純利益 1,116百万円

(3Q累計) 売上高 54.3%減収、純損失 174百万円

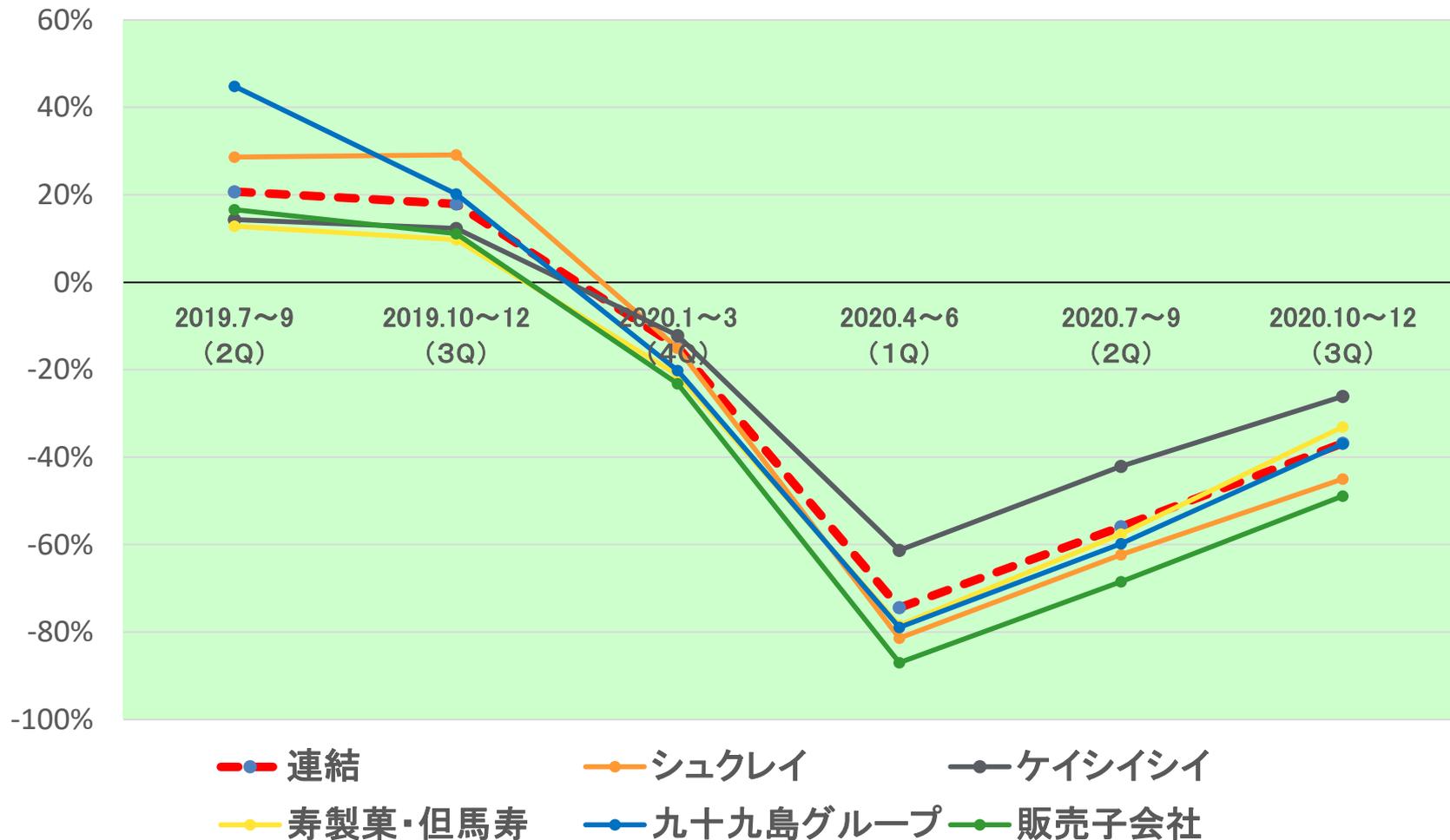
- 第3四半期会計期間(10-12)は、GoToトラベルの東京発着追加などにより回復の兆しが見られ、1Q及び2Qに対し減収率は縮小し、四半期純利益は黒字に転換した。
- 第3四半期累計の通販売上高 2,806百万円(前年同期比44.4%増)。「ルタオ」をメインに伸長。

(四半期業績)

	2020.3期			2021.3期			
	2Q会計 (7-9)	3Q会計 (10-12)	4Q会計 (1-3)	1Q会計 (4-6)	2Q会計 (7-9)	3Q会計 (10-12)	3Q累計 (4-12)
売上高 (対前年同期比)	11,761 (+20.7%)	13,287 (+17.9%)	9,506 (△14.8%)	2,716 (△74.4%)	5,189 (△55.9%)	8,402 (△36.8%)	16,306 (△54.3%)
経常利益 (対前年同期比)	1,981 (+49.8%)	2,694 (+22.9%)	233 (△86.0%)	△ 1,755 (-)	△ 201 (-)	1,653 (△38.6%)	△ 303 (-)
純利益 (対前年同期比)	1,246 (+52.3%)	1,702 (+12.4%)	130 (△88.5%)	△ 1,163 (-)	△ 127 (-)	1,116 (△34.4%)	△ 174 (-)

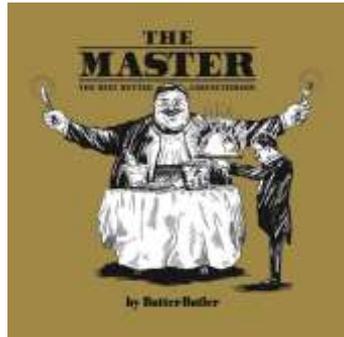
(単位:百万円)

四半期売上高前年増減比推移



第3四半期会計期間(10~12月)のトピックス①

シュクレイ 2ブランドを横浜高島屋に出店



THE MASTER by Butter Butler 横浜高島屋店 (2020年12月) ラムレーズンバターサンド



FRANÇAIS 横浜高島屋店 (2020年12月)

横浜ミルフィユ

第3四半期会計期間(10~12月)のトピックス②

ケイセイシー 通信販売が過去最高売上高を更新

(ルタオ通販3Q累計売上2,184百万円 前年同期比48.8%増)

みんなに食べていただこうと、
ルタオのパティシエが腕によりをかけた
クリスマス・スペシャルが揃いました。

みんなのしあわせを願って、
さあ、まずはケーキ選びから、はじめましょう。

＋ルタオ



第3四半期会計期間(10~12月)のトピックス③

海外展開 海外3Q累計売上1,072百万円 前年同期比21.0%減

中国3Q累計売上432百万円 前年同期比104.8%増

(単位:百万円)

	2020.3期 (3Q累計)	2021.3期 (3Q累計)	増減額	増減比
香港	309	36	△ 273	△ 88.5%
台湾	295	286	△ 9	△ 3.0%
韓国	138	124	△ 14	△ 10.1%
シンガポール	223	165	△ 58	△ 26.0%
中国	211	432	221	104.8%
その他	180	29	△ 152	△ 84.0%
合計	1,356	1,072	△ 285	△ 21.0%

※1 香港、台湾は連結子会社。他の地域はFC展開。

※2 香港事業は、昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。



Cow Cow Kitchen 上海IFC店



Cow Cow Kitchen 深圳ユニウオーク店

2021年3月期第3四半期(累計)業績(対前年同期)

大幅減収及び生産調整に伴い、売上総利益率が10.7ポイント悪化

(百万円、%)	前第3四半期 (19年4月～12月)		当第3四半期 (20年4月～12月)		対前年同期		前期(参考) (19年4月～20年3月)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	金額	売上比
売上高	35,675	—	16,306	—	△ 19,369	△ 54.3	45,181	—
売上総利益	21,206	59.4	7,945	48.7	△ 13,261	△ 62.5	26,702	59.1
販売管理費	15,015	42.1	10,253	62.9	△ 4,763	△ 31.7	20,248	44.8
営業利益	6,191	17.4	△ 2,307	—	△ 8,498	—	6,455	14.3
経常利益	6,242	17.5	△ 303	—	△ 6,545	—	6,475	14.3
四半期(当期)純利益※	3,970	11.1	△ 174	—	△ 4,145	—	4,100	9.1
EPS(円)	127.59		△ 5.60		△ 133.19	—	131.76	

※ 四半期(当期)純利益=親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益

販売管理費・営業利益

販売管理費 前年同期比4,763百万円減

(百万円、%)	前第3四半期累計		当第3四半期累計		対前年同期		前期(参考)	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	通期	売上比
売上総利益	21,206	59.4	7,945	48.7	△ 13,261	△ 62.5	26,702	59.1
人件費	5,826	16.3	4,635	28.4	△ 1,191	△ 20.4	7,695	17.0
販売促進費	2,530	7.1	1,290	7.9	△ 1,240	△ 49.0	3,567	7.9
運賃	1,514	4.2	992	6.1	△ 522	△ 34.5	2,026	4.5
広告宣伝費	192	0.5	178	1.1	△ 15	△ 7.6	294	0.7
地代家賃	2,415	6.8	1,374	8.4	△ 1,042	△ 43.1	3,116	6.9
減価償却費	395	1.1	393	2.4	△ 2	△ 0.6	570	1.3
旅費交通費	468	1.3	129	0.8	△ 338	△ 72.3	621	1.4
その他	1,676	4.7	1,262	7.7	△ 414	△ 24.7	2,359	5.2
販売管理費	15,015	42.1	10,253	62.9	△ 4,763	△ 31.7	20,248	44.8
営業利益	6,191	17.4	△ 2,307	—	△ 8,498	—	6,455	14.3

セグメント別の業績(対前年同期)

新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛の影響により全セグメントで減収

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	前第3Q累計	当第3Q累計	増減額	増減率	前第3Q累計	当第3Q累計	増減額
シュクレイ	12,752	4,969	△ 7,783	△ 61.0	1,986	△ 894	△ 2,880
ケイシイシイ	9,444	5,502	△ 3,942	△ 41.7	1,119	△ 398	△ 1,517
寿製菓・但馬寿	8,956	4,016	△ 4,940	△ 55.2	1,448	△ 398	△ 1,846
販売子会社	5,073	1,643	△ 3,430	△ 67.6	568	△ 401	△ 970
九十九島グループ	3,665	1,579	△ 2,086	△ 56.9	466	△ 408	△ 873
その他※	639	372	△ 267	△ 41.7	△ 112	2	115
セグメント計	40,529	18,081	△ 22,448	△ 55.4	5,475	△ 2,497	△ 7,972
調整額	△ 4,854	△ 1,774	3,080	△ 63.4	716	190	△ 526
合計	35,675	16,306	△ 19,369	△ 54.3	6,191	△ 2,307	△ 8,498

※その他に含まれる香港事業は、昨年2月に事業を閉鎖し、現地法人Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

第3四半期(累計)主要セグメントの状況

シュクレイ

郊外店舗や催事での自家需要対策の強化などに注力。また、通信販売の強化、キャンペーン展開による販促強化、売場改良などによるブランド訴求力の向上に努めた。出退店では、昨年8月に東京駅に開業した商業施設に新ブランド「COCORIS(ココリス)」を出店するなど計6店の出店及び3店の退店を実施。

ケイシイシイ

通信販売において、会員向けカタログの充実、「楽天市場」などECモール対策の強化、イベント商戦対策などに注力。また、直営店及び催事において、主力商品「ドゥーブルフロマージュ」を中心に自家需要対策の強化に努めた。新規出店では、昨年8月に東京駅に開業した商業施設に新ブランド「PISTA&TOKYO(ピスタアンドトーキョー)」を出店するなど首都圏において計3店の出店を実施。

寿製菓・但馬寿

感染収束後に備えて新商品開発の強化に注力するとともに、ドラッグストア向けなど新たな販路開拓や通信販売の強化などに注力。

販売子会社

販売子会社は、感染収束後に備えて新商品開発の強化に注力するとともに、売場シェア拡大に向けた提案営業の強化などに注力。

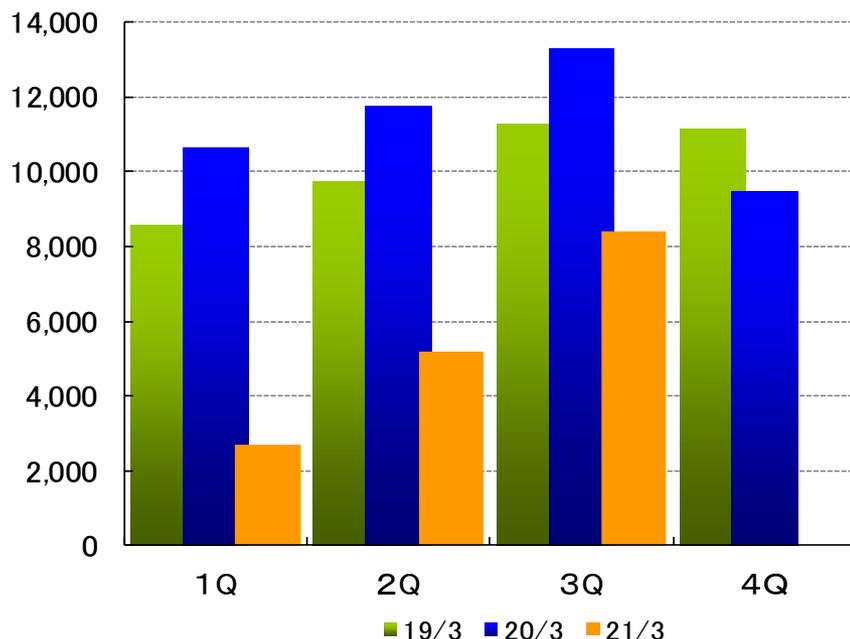
九十九島グループ

感染収束後に備えて新商品開発の強化に注力するとともに、フレンチトースト専門店「アイボリッシュ」でのテイクアウト及びデリバリーなどの対策強化、直営店での自家消費対策の強化などに努めた。

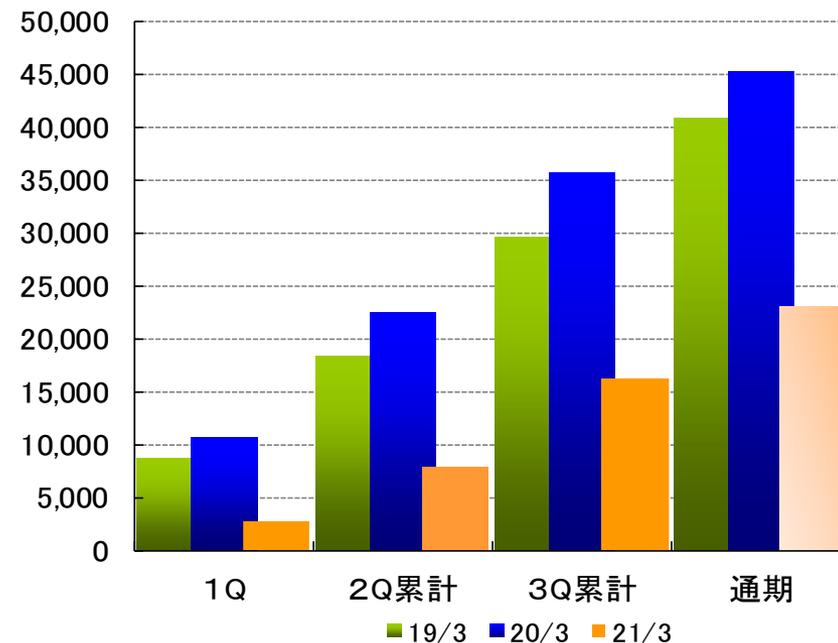
四半期業績の推移(売上高)

(3Q会計)GoToトラベルの影響もあり回復基調に

(百万円) 会計期間売上高の3期間比較



(百万円) 累計期間売上高の3期間比較

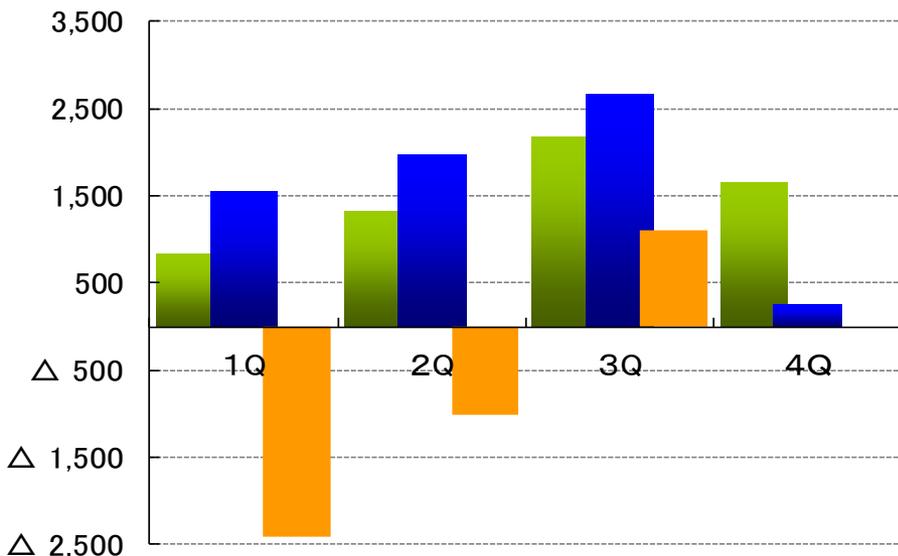


(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
19/3	8,601	9,747	11,268	11,153	8,601	18,348	29,616	40,769
20/3	10,627	11,761	13,287	9,506	10,627	22,388	35,675	45,181
21/3	2,716	5,189	8,402	-	2,716	7,905	16,306	23,140
増減率	△74.4%	△55.9%	△36.8%	-	△74.4%	△64.7%	△54.3%	△48.8%

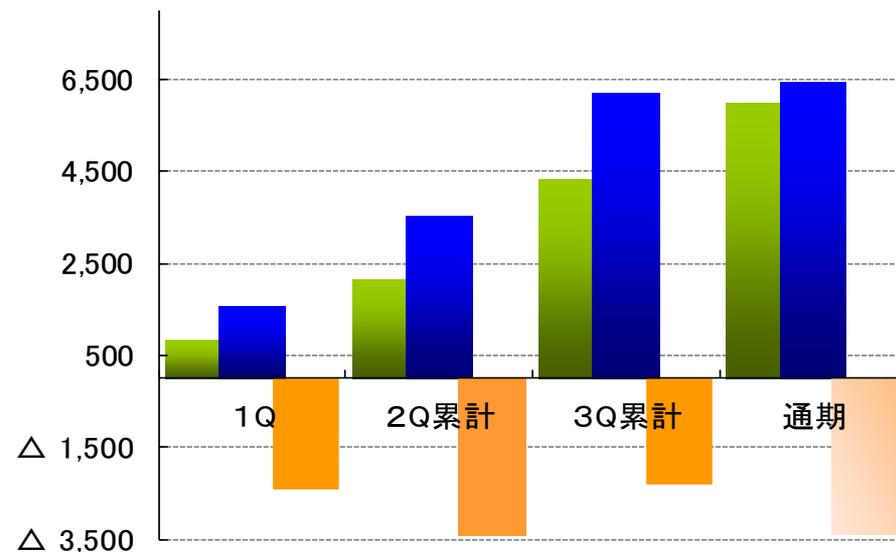
四半期業績の推移(営業利益)

(3Q会計)売上の回復に伴い黒字に転換

(百万円) 会計期間営業利益の3期間比較



(百万円) 累計期間営業利益の3期間比較



■ 19/3 ■ 20/3 ■ 21/3

■ 19/3 ■ 20/3 ■ 21/3

(百万円)	会計期間				累計期間			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q累計	3Q累計	通期
19/3	830	1,321	2,167	1,658	830	2,151	4,318	5,976
20/3	1,555	1,964	2,672	264	1,555	3,519	6,191	6,455
21/3	△ 2,409	△ 1,012	1,114	-	△ 2,409	△ 3,421	△ 2,307	△ 3,400
増減率	-	-	△ 58.3%	-	-	-	-	-

貸借対照表

(百万円、%)	19年3月期		20年3月期		21年3月期3Q		対前期末	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
流動資産	13,202	50.9	13,444	50.1	12,025	48.1	△ 1,419	△ 10.6
固定資産	12,751	49.1	13,370	49.9	12,984	51.9	△ 386	△ 2.9
資産合計	25,954	100.0	26,814	100.0	25,010	100.0	△ 1,805	△ 6.7
流動負債	5,804	22.4	3,846	14.3	2,843	11.4	△ 1,003	△ 26.1
固定負債	1,855	7.1	1,803	6.7	2,434	9.7	631	35.0
負債合計	7,659	29.5	5,649	21.1	5,277	21.1	△ 372	△ 6.6
純資産	18,294	70.5	21,165	78.9	19,732	78.9	△ 1,433	△ 6.8
負債純資産合計	25,954	100.0	26,814	100.0	25,010	100.0	△ 1,805	△ 6.7
BPS(円)	587.87		680.11		634.07		△ 46.04	△ 6.8
現金及び預金	5,660		8,291		5,325		△ 2,966	△ 35.8
有利子負債	433		180		692		512	284.6



2021年3月期 通期業績予想

(通期業績予想は2020年11月4日付で公表した予想から変更はありません。)

2021年3月期 通期業績予想(対前期)

上期実績に下期予想を加え公表/下期は緩やかに回復するものと想定

(百万円、%)	20年3月期		21年3月期(予想)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	45,181	-	23,140	-	△ 22,041	△ 48.8
売上総利益	26,702	59.1	11,100	48.0	△ 15,602	△ 58.4
販売管理費	20,248	44.8	14,500	62.7	△ 5,748	△ 28.4
営業利益	6,455	14.3	△ 3,400	-	△ 9,855	-
経常利益	6,475	14.3	△ 1,370	-	△ 7,845	-
純利益	4,100	9.1	△ 900	-	△ 5,000	-
EPS(円)	131.76		△ 28.92		△ 160.68	-
1株当たり配当金(円)	40.00		30.00		△ 10.00	△ 25.0
設備投資	2,041		500		△ 1,541	△ 75.5
減価償却費	1,459		1,400		△ 59	△ 4.1

●業績予想数値は2020年11月4日付公表のもの。

2021年3月期 下期業績予想(対前年同期比)

2021年3月期下期の黒字化を目指す!

(百万円、%)	20年3月期(下期)		21年3月期(下期予想)		対前期	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	22,793	-	15,235	-	△ 7,558	△ 33.2
売上総利益	13,442	59.0	8,099	53.2	△ 5,343	△ 39.7
販売管理費	10,506	46.1	8,078	53.0	△ 2,428	△ 23.1
営業利益	2,936	12.9	21	0.1	△ 2,915	△ 99.3
経常利益	2,927	12.8	586	3.8	△ 2,341	△ 80.0
純利益	1,832	8.0	390	2.6	△ 1,442	△ 78.7

2021年3月期 通期業績予想(セグメント別)

(百万円、%)	売上高				営業利益		
	20/3月期	21/3月期予	増減額	増減率	20/3月期	21/3月期予	増減額
シュクレイ	16,199	7,286	△ 8,913	△ 55.0	2,059	△ 1,164	△ 3,223
ケイシイシイ	12,700	8,201	△ 4,499	△ 35.4	1,292	△ 617	△ 1,909
寿製菓・但馬寿	10,572	5,002	△ 5,570	△ 52.7	1,352	△ 867	△ 2,219
販売子会社	6,176	2,444	△ 3,732	△ 60.4	523	△ 469	△ 992
九十九島グループ	4,522	1,983	△ 2,539	△ 56.1	374	△ 693	△ 1,067
その他	812	508	△ 304	△ 37.4	△ 177	8	185
セグメント計	50,980	25,424	△ 25,556	△ 50.1	5,423	△ 3,802	△ 9,225
調整額	△ 5,800	△ 2,284	3,516	△ 60.6	1,032	402	△ 630
合計	45,181	23,140	△ 22,041	△ 48.8	6,455	△ 3,400	△ 9,855

●業績予想数値は2020年11月4日付公表のもの。



今後の経営方針とセグメント別業績の概況

経営理念・基本ポリシー

経営理念

喜びを創り喜びを提供する

基本ポリシー

今日一人、熱狂的なファンを創る

私達は、経営理念の実現に向け、「**今日一人、熱狂的なファンを創る**」ことを基本ポリシーに、従業員一人ひとりが当事者意識をもって経営に参画する「**全員参画の理念経営**」の徹底実践により活力ある魅力溢れた企業集団を創り、「**高い価値を創造**」する高利益企業を目指してまいります。

ビジョン(目指すべき方向性)

全国各地のお菓子のオリジナルブランドとショップブランドを創造する

「お菓子の総合プロデューサー」

General Producer of the Sweets

- 「**高い価値の創造**」をテーマに美味しさ、品質に徹底的にこだわり「**地域性**(Local)」と「**専門店性**(Specialty)」を追求した独創性のあるお店及びお菓子創りを推進
- 地域ごとのマーケット特性にマッチしたお土産、パーソナル・ギフトから自家用まで多様な**プレミアム・ギフトスイーツ**(Premium Gift Sweets)の需要にブランドポートフォリオで適応

今後の経営方針

2021年経営スローガン

オーバーザオーバー

寿スピリッツグループはどん底から這い上がり
復活の狼煙を上げる年とする

<コロナ禍における下期の重点施策>

1.早期のV字回復に向け、下期の営業利益の黒字化を目指す

①コロナ禍の消費者ニーズの変化に迅速に対応し、ブランド訴求力の向上を図る

- 商品対策：自家需要、その場需要対策の強化、主カブランド・主力製品の育成と新ブランド・新商品開発
 - 売場対策：ディスプレイ、POP等の改良による商品訴求強化、GoToトラベル対策
 - 販売力対策：接客力のレベルアップ
 - 通信販売対策：ロイヤルカスタマー対策、ECモール・SNS対策、カタログギフト対策など
 - その他販売チャネル対策：郊外店、高速道路SA、百貨店など
- 季節イベント商戦(バレンタイン、ホワイトデー等)の対策強化

②コスト削減等による損益及びキャッシュフローの改善を図る

- 人件費の縮減(役員報酬・賞与減額、経費見直し、業務効率化など)
 - 適正在庫の確保(新鮮でより美味しい商品をお客様にお届けすることを最優先に考える)
 - 設備投資の抑制
- 当座借越極度額を78億円まで増枠。業績の回復状況を見極め、適宜追加策を検討

<コロナ禍における下期の重点施策>

2.回復モードから成長ステージの対応に向け、終息後を見据えた準備推進を図る

- ①首都圏展開の推進
- ②インバウンド対策の強化
- ③海外事業における成長モデルの構築

首都圏



EXPASA海老名下り

インバウンド



多言語POP

海外



Cow Cow Kitchen タイ Siam Paragon_25-

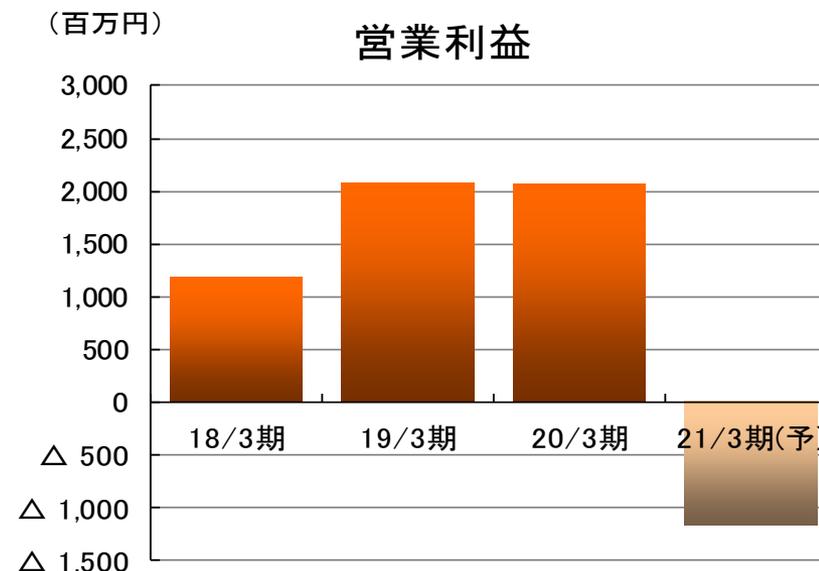
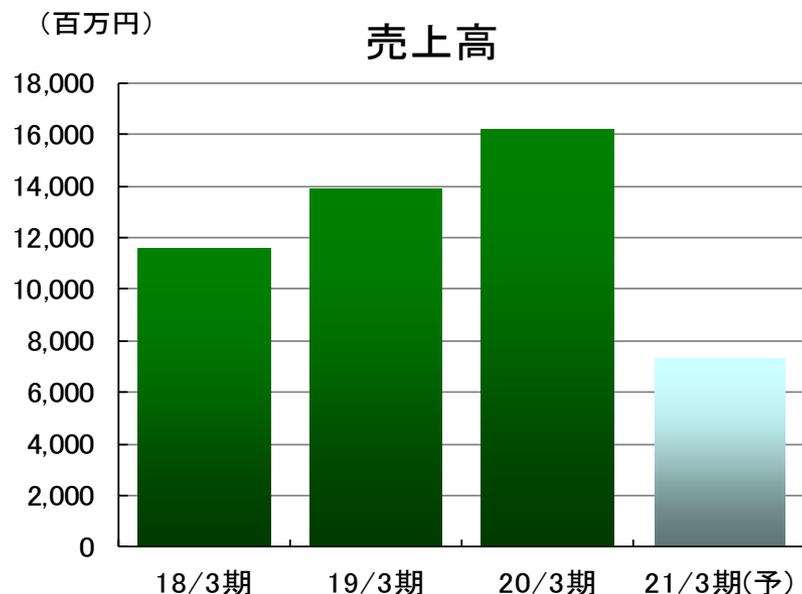
セグメント別概況



- シュクレイ
- ケイセイセイ
- 寿製菓・但馬寿
- 販売子会社
- 九十九島グループ
- その他

《シュクレイ》

21/3期予想:売上高 **7,286**百万円(前期比 $\Delta 55.0\%$)営業利益 **$\Delta 1,164$** 百万円(前期2,059百万円)



シュクレイ

(百万円,%)	18/3期	19/3期	20/3期	対前期		21/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	11,547	13,860	16,199	2,338	16.9	7,286	$\Delta 8,913$	$\Delta 55.0$
売上総利益	6,692	8,682	9,893	1,211	13.9	3,775	$\Delta 6,118$	$\Delta 61.8$
粗利率	58.0	62.6	61.1	$\Delta 1.6$		51.8	$\Delta 9.3$	
販売管理費	5,504	6,592	7,834	1,242	18.8	4,939	$\Delta 2,895$	$\Delta 37.0$
営業利益	1,188	2,090	2,059	$\Delta 31$	$\Delta 1.5$	$\Delta 1,164$	$\Delta 3,223$	-



《シュクレイ》

コロナ禍における郊外店舗・地方催事の強化と、ECモールにおける展開を開始

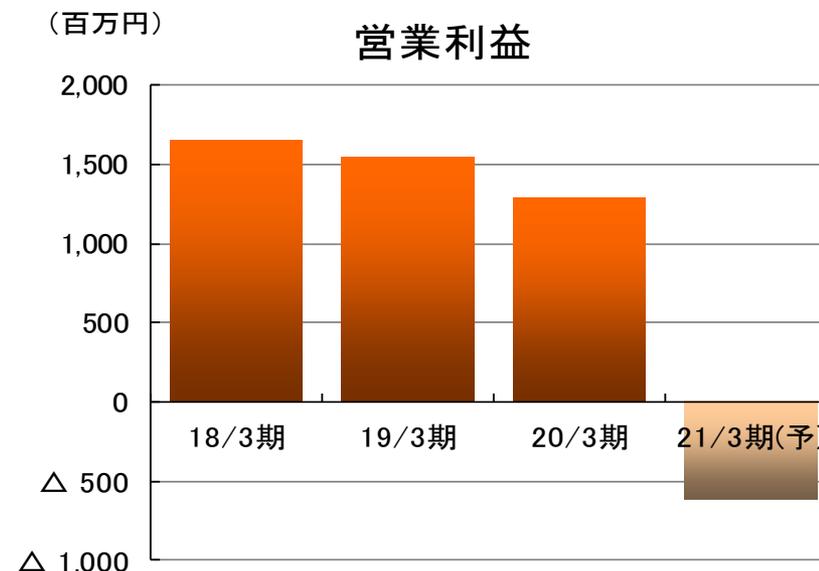
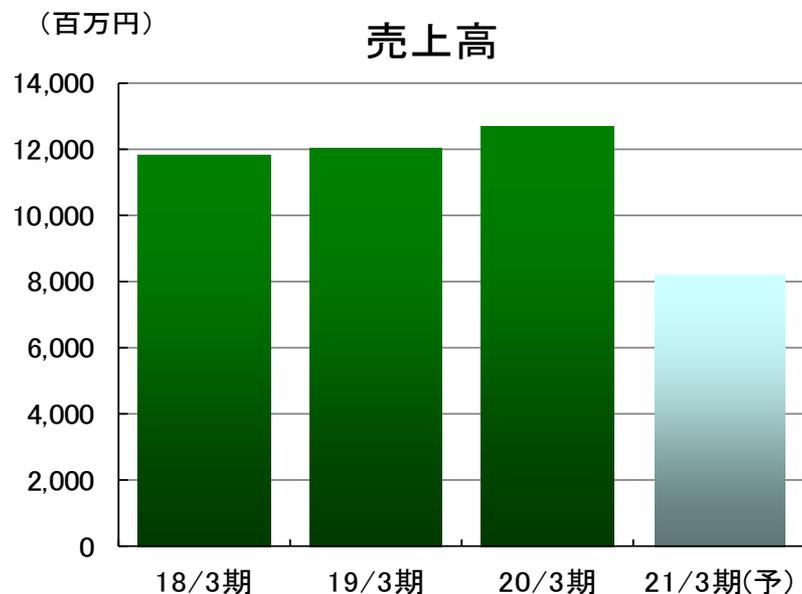
- ・既存店の更なるレベルアップ、催事及び卸展開の強化
- ・自社ECサイトに加え楽天市場・AmazonなどのECモールに出店を行いコロナ禍における自家需要及びギフト需要に対応



THE MAPLE MANIA催事 三井アウトレットパーク ジャズドリーム長島

《ケイシイシイ》

21/3期予想:売上高 **8,201**百万円(前期比**△35.4%**)営業利益 **△617**百万円(前期1,292百万円)



ケイシイシイ

(百万円,%)	18/3期	19/3期	20/3期	対前期		21/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	11,841	12,012	12,700	688	5.7	8,201	△ 4,499	△ 35.4
売上総利益	7,230	7,479	7,758	279	3.7	4,583	△ 3,175	△ 40.9
粗利率	61.1	62.3	61.1	△ 1.2		55.9	△ 5.2	
販売管理費	5,573	5,927	6,466	540	9.1	5,200	△ 1,266	△ 19.6
営業利益	1,657	1,553	1,292	△ 261	△ 16.8	△ 617	△ 1,909	-

《ケイシイシイ》

LeTAO通販の強化とふるさと納税対応の強化

- ・通信販売はロイヤルカスタマー対策、ECチャネルでの強化を図る
- ・各種プラットフォームからのふるさと納税に対応



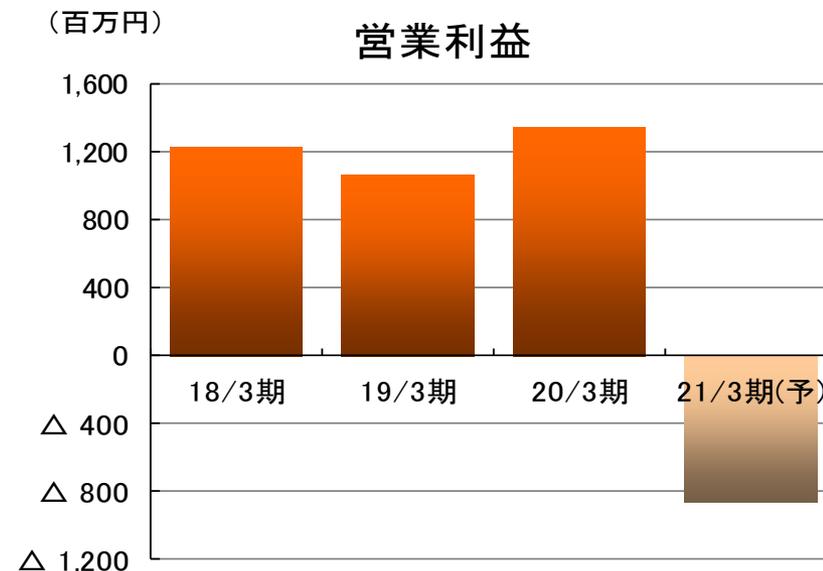
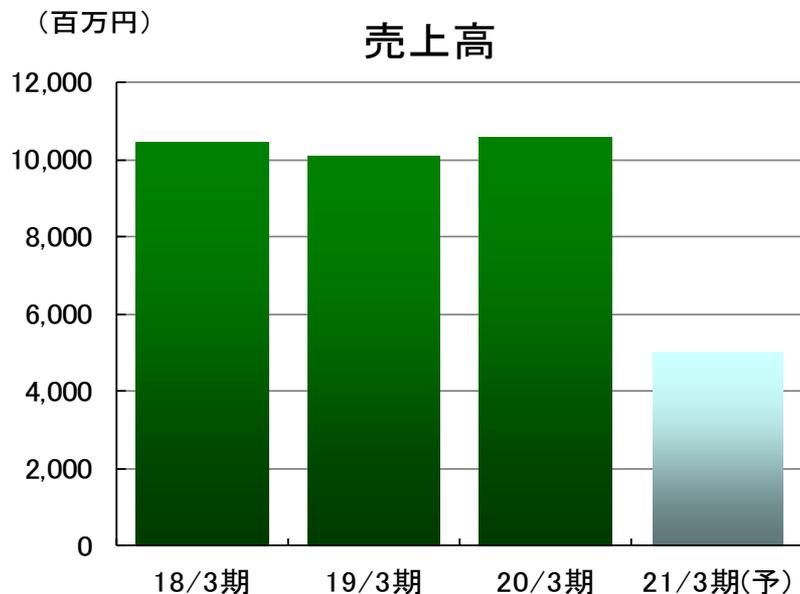
LeTAO ECサイト



LeTAO 千歳市ふるさと納税

《寿製菓・但馬寿》

21/3期予想:売上高 **5,002**百万円(前期比 $\Delta 52.7\%$)営業利益 **$\Delta 867$** 百万円(前期1,352百万円)



寿製菓・但馬寿

(百万円,%)	18/3期	19/3期	20/3期	対前期		21/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	10,428	10,080	10,572	492	4.9	5,002	$\Delta 5,570$	$\Delta 52.7$
売上総利益	3,958	3,866	4,199	332	8.6	1,062	$\Delta 3,137$	$\Delta 74.7$
粗利率	38.0	38.4	39.7	1.4		21.2	$\Delta 18.5$	
販売管理費	2,729	2,793	2,847	54	1.9	1,929	$\Delta 918$	$\Delta 32.2$
営業利益	1,230	1,073	1,352	279	26.0	$\Delta 867$	$\Delta 2,219$	-

《寿製菓・但馬寿》

新商品開発を推進

- ・コロナ収束後に向けた既存ラインでの新商品の開発を推進
- ・大手ドラッグストア向けのプロテインバーなど新ジャンルの商品開発に注力



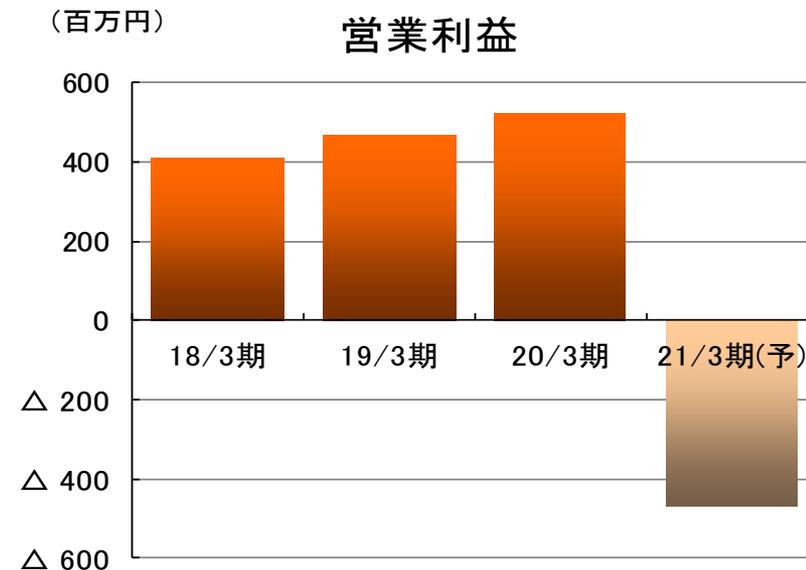
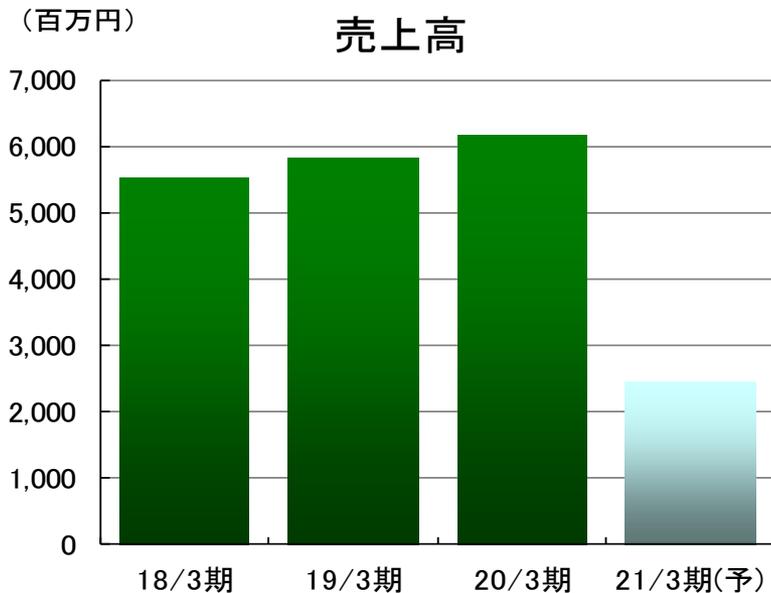
KAnoZA 炎の加加阿(カカオ)



KAnoZA チーズタルト

《販売子会社》

21/3期予想:売上高 **2,444**百万円(前期比 $\Delta 60.4\%$)営業利益 **$\Delta 469$** 百万円(前期523百万円)



販売子会社

(百万円,%)	18/3期	19/3期	20/3期	対前期		21/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	5,518	5,829	6,176	346	5.9	2,444	$\Delta 3,732$	$\Delta 60.4$
売上総利益	1,863	2,057	2,224	167	8.1	765	$\Delta 1,459$	$\Delta 65.6$
粗利率	33.8	35.3	36.0	0.7		31.3	$\Delta 4.7$	
販売管理費	1,454	1,590	1,700	110	6.9	1,234	$\Delta 466$	$\Delta 27.4$
営業利益	409	467	523	57	12.2	$\Delta 469$	$\Delta 992$	-

《販売子会社》

通信販売での冷凍ケーキの販売を強化

- ・楽天市場・Amazon・Yahooショッピング・LINE GIFTなど様々なプラットフォームで自家用プレミアムスイーツの販売を強化

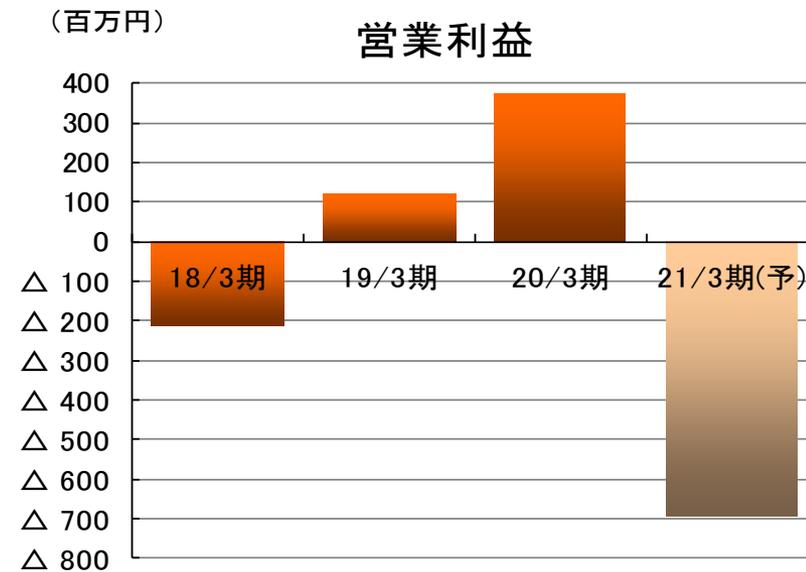
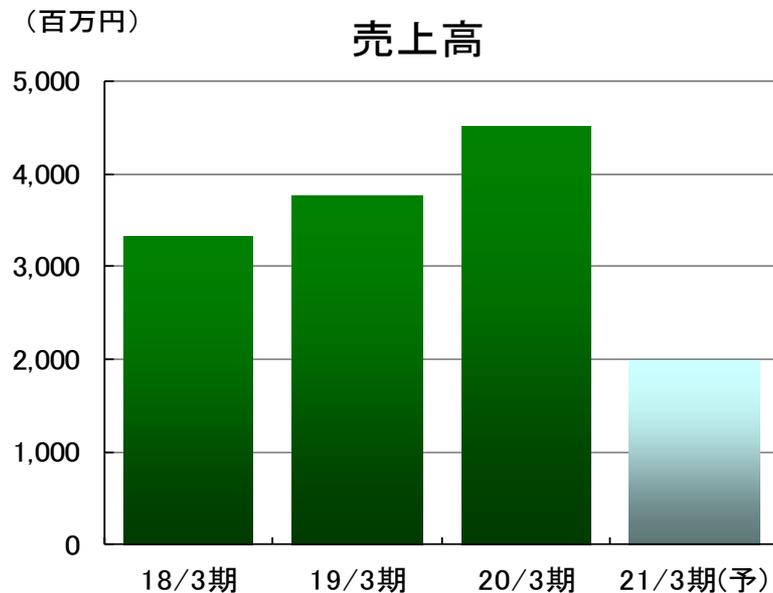


KONDITOREI KOBE ドン・プリン・フォルマッジ

KONDITOREI KOBE 神戸バニラフロマージュ -34-

《九十九島グループ》

21/3期予想:売上高 **1,983**百万円(前期比**△56.1%**)営業利益 **△693**百万円(前期374百万円)



九十九島グループ

(百万円,%)	18/3期	19/3期	20/3期	対前期		21/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	3,319	3,759	4,522	763	20.3	1,983	△ 2,539	△ 56.1
売上総利益	1,383	1,709	2,127	418	24.5	610	△ 1,517	△ 71.3
粗利率	41.7	45.5	47.0	1.6		30.8	△ 16.3	
販売管理費	1,596	1,589	1,753	164	10.3	1,303	△ 450	△ 25.7
営業利益	△ 213	120	374	254	-	△ 693	△ 1,067	-

《九十九島グループ》



催事展開の強化によりブランド認知度の向上を図る

- ・新ブランドMYGRATSでの催事展開を本格化
- ・冷凍商品と常温商品の併売によりコロナ禍における自家需要に対応



MYGRATS ジェイアール名古屋タカシマヤ催事



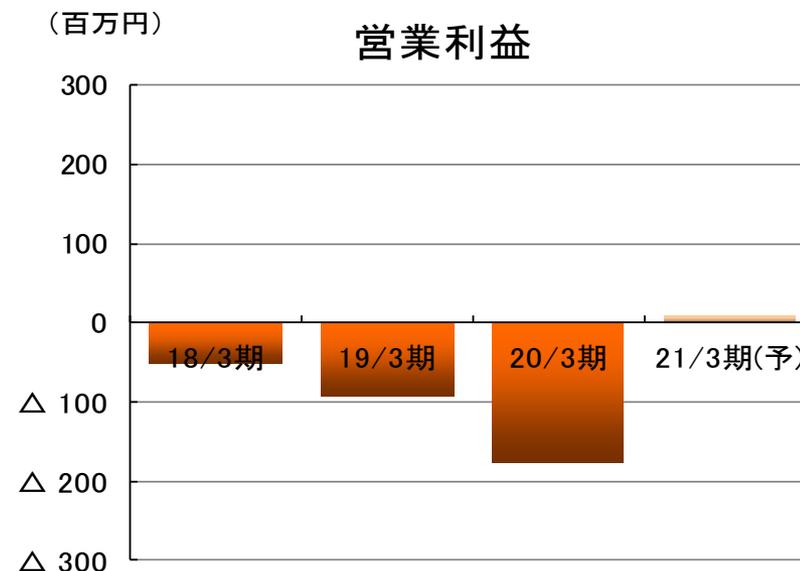
ヴァイオレット



クローバーベリー

《その他》 <損害保険代理業、健康食品事業、海外(台湾・香港)菓子事業>

21/3期予想:売上高 **508**百万円(前期比 $\Delta 37.4\%$)営業利益 **8**百万円(前期 $\Delta 177$ 百万円)



その他

(百万円,%)	18/3期	19/3期	20/3期	対前期		21/3期(予)	対前期	
	金額	金額	金額	増減額	増減率	金額	増減額	増減率
売上高	340	321	812	491	152.8	508	$\Delta 304$	$\Delta 37.4$
売上総利益	198	191	529	337	176.2	349	$\Delta 180$	$\Delta 34.0$
粗利率	58.3	59.6	65.1	5.5		68.7	3.6	
販売管理費	251	283	706	423	149.3	341	$\Delta 365$	$\Delta 51.7$
営業利益	$\Delta 53$	$\Delta 91$	$\Delta 177$	$\Delta 85$	-	8	185	-

●その他に含まれる香港事業は、本年2月に事業を閉鎖し、現地法人Honey Sucrey Limitedは現在清算手続中。

《その他》

台湾菓子事業



TOKYO MILK CHEESE FACTORY
台湾 高雄漢神ドーム店(2020年12月)

純藍

健康食品事業(純藍事業)



藍のやさしいのど飴



株式の状況・株主還元

株式の状況

(2020年9月30日現在)

■発行可能株式総数 91,200,000株

■発行済株式総数 31,121,520株

■単元株式数 100株

■株主数 11,615名

(対前期末比 969名増)

■大株主(上位5位)



株主名	持株数(株)	出資比率(%)
エスカワゴエ株式会社	9,300,000	29.88
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,481,189	4.76
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,422,300	4.57
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	904,700	2.91
株式会社山陰合同銀行	900,000	2.89

注)出資比率は、自己株式2,027株を除く

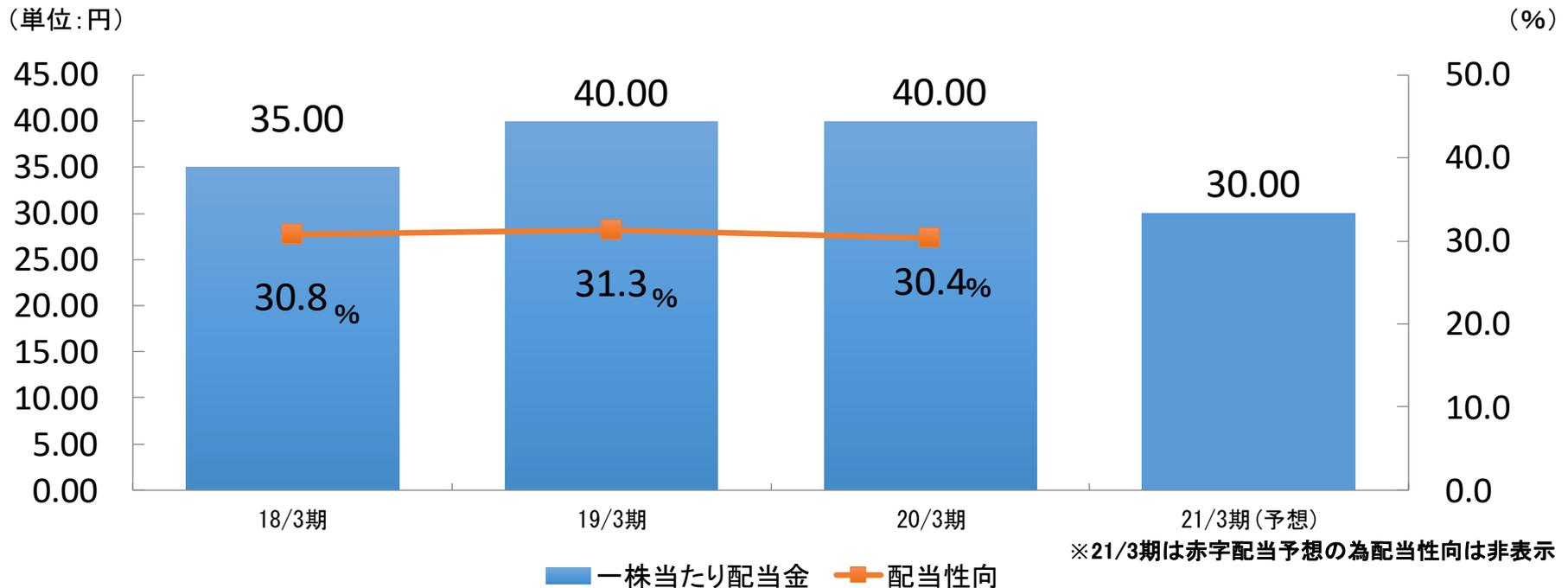
株主還元

■ 配当方針

長期にわたり、安定して利益還元ができるよう、内部留保、業績水準ならびに配当性向等を総合的に勘案し、利益還元を努めることを基本方針としております。

■ 2021年3月期1株当たり配当金予想 **30円**

一株当たり配当金・配当性向推移



株主優待制度について

当社では、毎期3月末現在、当社株式を100株以上ご所有の株主様に対し、次のとおり株主優待をお贈りいたします。

ご所有株式数	内容
100株以上500株未満	2,000円相当のグループ製品
500株以上1,000株未満	4,000円相当のグループ製品
1,000株以上	4,000円相当のグループ製品 ＋ 3,000円相当の直営店舗利用券(代替商品送付可)

【2020年度の株主優待商品】

100株以上500株未満ご所有の株主様
2,000円相当のグループ製品



500株以上ご所有の株主様
4,000円相当のグループ製品



【株主優待券】

1,000株以上ご所有の株主様





《参考情報》

会社概要



商号	寿スピリッツ株式会社
証券コード	2222(東証第一部)
会社所在地	〒683-0845 鳥取県米子市旗ヶ崎2028番地
設立	1952年4月25日
資本金	12億1,780万円
代表取締役社長	河越 誠剛
従業員数	単体8名・連結1,635名
グループ会社	連結子会社18社(国内16社・海外2社)
連結売上高	452億円(2020年3月期)

沿革(1)

- 1952年4月 (昭和27年) 鳥取県米子市角盤町に**寿製菓株式会社**を設立し、飴菓子等の製造を開始。
- 1959年4月 (昭和34年) 観光土産菓子部門に進出。
- 1968年11月 (昭和43年) 銘菓“**因幡の白うさぎ**”を発売し、観光土産用菓子の高級化に取り組む。
- 1972年4月 (昭和47年) 石川県加賀市に株式会社コトブキ(現 株式会社北陸寿)を設立。その後西日本を中心に販売子会社を順次設立し全国に販売網を広げる。
- 1979年5月 (昭和54年) 現在地(鳥取県米子市)に本社工場を新築移転。
- 1987年3月 (昭和62年) 兵庫県美方郡新温泉町に**株式会社但馬寿**を設立。
- 1988年 (昭和63年) 地元特産の果物を使い、その土地限定で販売する『草冠のない菓子=菓子』をコンセプトに、他社との差別化展開を図る。【旅の味覚の演出家】
- 1993年4月 (平成5年) 鳥取県米子市に製造工程を見学できる大型販売施設『**お菓子の壽城**』を設置。小売事業に本格着手。
- 1994年11月 (平成6年) ジャスダック上場。
- 1996年4月 (平成8年) 北海道千歳市に株式会社コトブキチョコレートカンパニー(現**株式会社ケイシイシイ**)を設立し北海道へ本格進出。製造拠点としてチョコレート、ラングドシャのアイテムが加わる。



“因幡の白うさぎ”



寿製菓(株) 本社工場



お菓子の壽城

沿革(2)

- 1998年6月 (平成10年) 創業100年老舗商標を譲受け、東京都中央区に株式会社つきじちとせを設立。東京和菓子ブランド展開に着手。
北海道小樽市に株式会社ケイセイシイが『小樽洋菓子舗ルタオ』を設置。洋菓子小売専門店立上げ。
- 2005年2月 (平成17年) 営業譲受けにより株式会社九十九島エスケイファーム他3社より菓子の製造・販売事業を継承し、株式会社九十九島グループスタート。
- 2006年10月 (平成18年) 寿スピリッツ株式会社に社名変更、会社分割により純粋持株会社体制に移行。
- 2011年12月 (平成23年) 東京都港区に株式会社シュクレイを設立。
- 2012年1月 (平成24年) 株式会社つきじちとせが、株式会社シュクレイに事業の一部を譲渡し解散。
- 2012年11月 (平成24年) 台湾台北市に台湾北壽心股份有限公司を設立。
- 2013年4月 (平成25年) 東京証券取引所市場第二部に上場。
- 2014年4月 (平成26年) 東京証券取引所の市場第一部に銘柄指定。
- 2014年9月 (平成26年) 東京都港区に純藍株式会社を設立。
- 2016年1月 (平成28年) 株式会社フランセの全株式を取得して子会社化。
- 2017年4月 (平成29年) 株式会社シュクレイが株式会社フランセを吸収合併。
- 2018年11月 (平成30年) 合併会社の持分取得によりHoney Sucrey Limitedを子会社化。



小樽洋菓子舗ルタオ



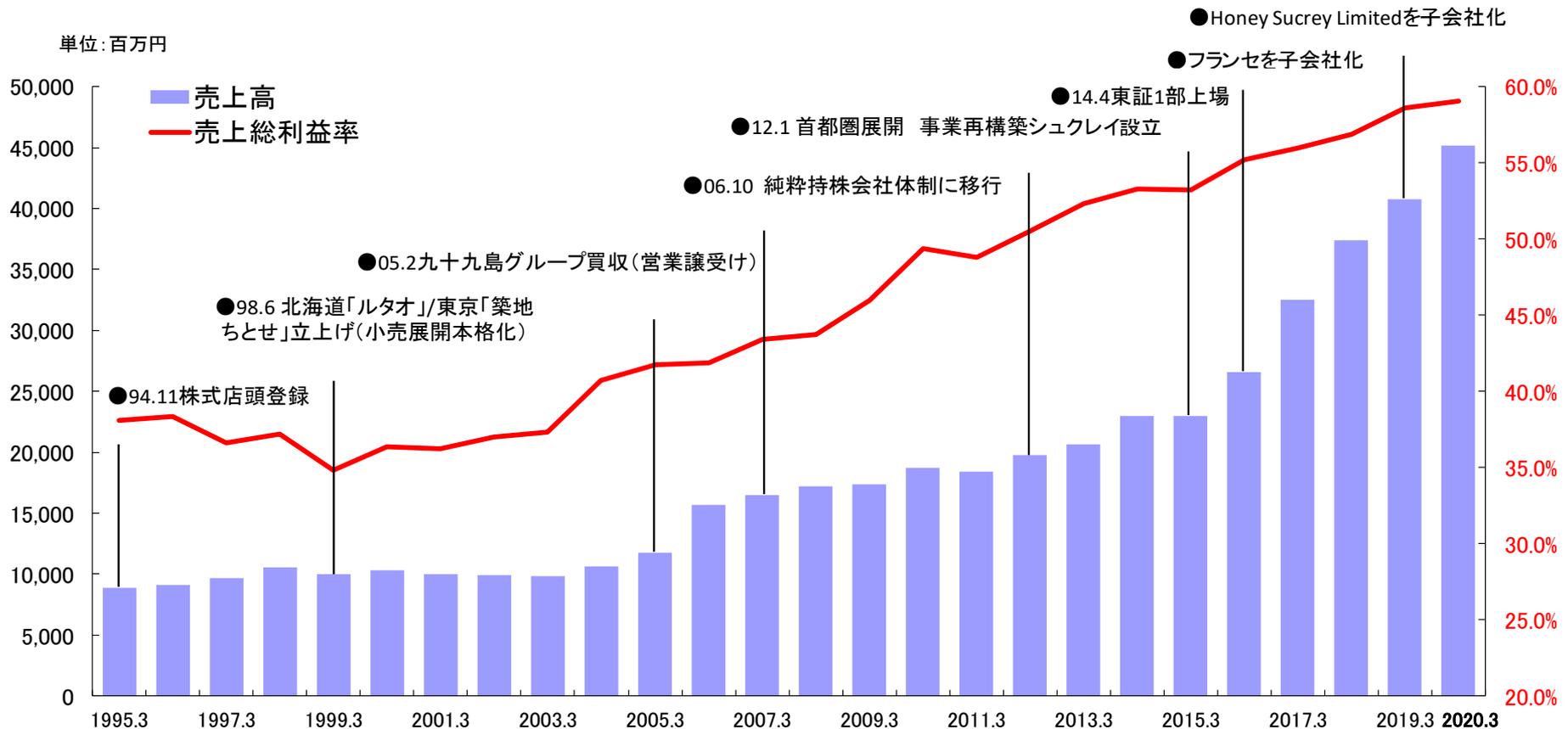
“ドゥーブルフロマージュ”



“九十九島せんぺい”

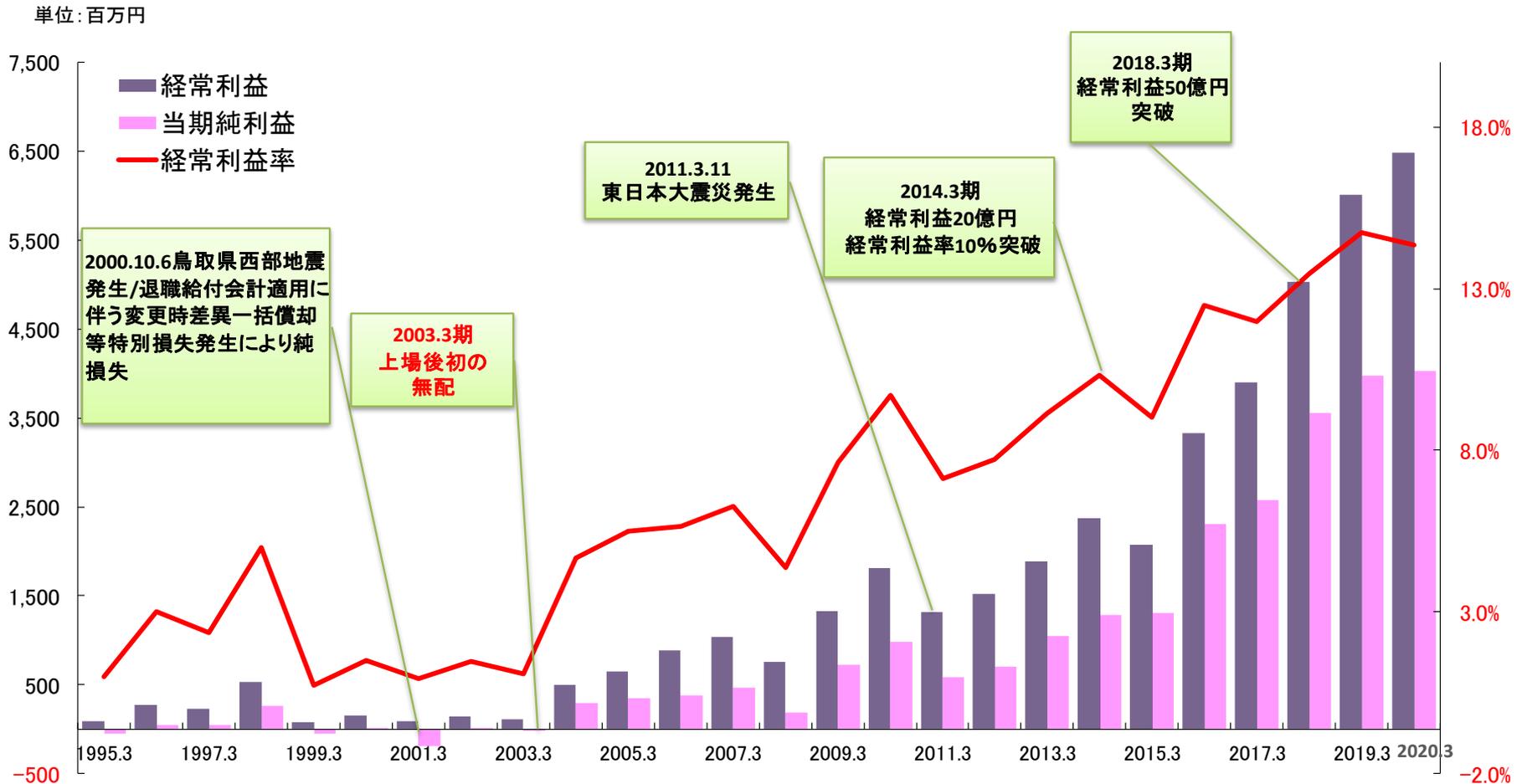
寿スピリッツグループの変遷①

製造卸から製造小売へ事業モデルを転換 / 高粗利益率経営を推進
組織改革、事業再構築、M&A など果敢に取り組む



寿スピリッツグループの変遷②

当期純利益 2013年3月期から8期連続で過去最高を更新



主要ショップブランド

お菓子の**壽城**



(山陰)

焱
KÄNOZA
IZUMO

(山陰)



(北海道)



(福岡・東京)



東京ミルクチーズ工場

(東京)



(東京)



(佐世保・福岡)



(神戸)



(東京)



FRANÇAIS
(東京)

主力商品一例

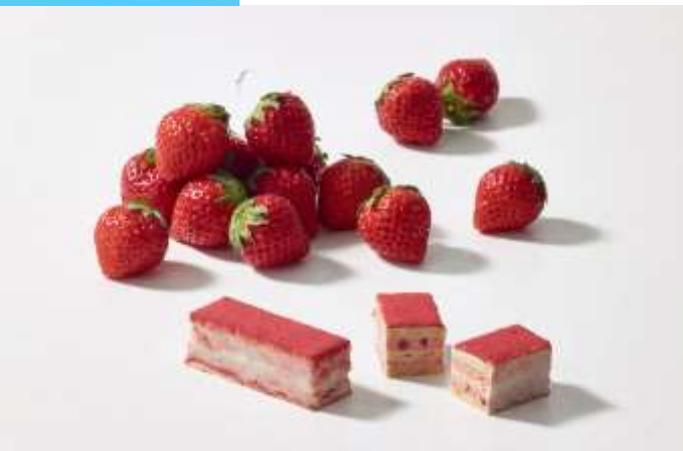


Nostalgic Modern
LeTAO
Nostalgic Sweets Master

「ドゥーブルフロマージュ」  寿製菓株式会社「因幡の白うさぎ」



「ソルト&カマンベールクッキー」



「果実をたのしむミルフィユ」



「バターフィナンシェ」



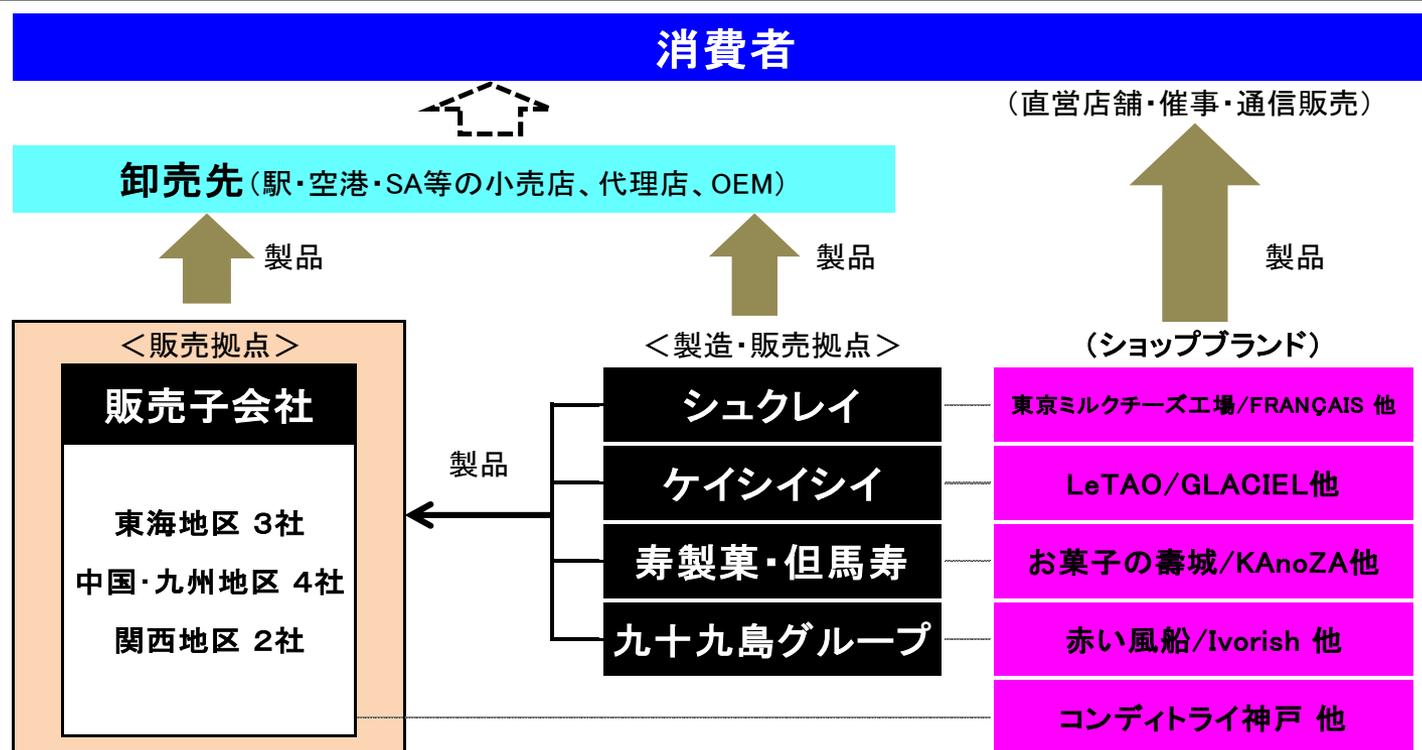
「九十九島せんぺい」

事業概要

当社グループは、当社(純粋持株会社)・子会社18社で構成。
事業セグメントは、地域事業会社を基礎に区分。(地域事業会社の連合体)

北海道から沖縄に至る全国を網羅した販売プラットフォームと製造拠点の強みを活かし、企画・製造・販売までの一貫したサービスを提供。

[事業系統図]



注: 上図には、寿スピリッツ(純粋持株会社)、その他セグメントは除いている。



熱狂的ファンづくりの取り組み事例

「熱狂的ファンづくり」とは、経営理念「喜びを創り喜びを提供する」の行動指針を言い表した標語であります。



《シュクレイ》

●ブランドオリジナルマスク着用での接客販売

シュクレイでは、新型コロナウイルス感染拡大の予防の為、全販売員同志がマスクを着用した接客販売を行っています。オリジナルデザインのマスクはブランド毎にデザインが異なり、各ブランドの世界観を表現しています。また、マスクの下はいつも通りの笑顔で接客を行っています。



《九十九島グループ》

KUJUKUSHIMA GROUP

株式会社 九十九島グループ

●笑顔バッジの作成

九十九島グループでは、マスクを着用しての接客が日常となっている中においても、スタッフ達の素晴らしい笑顔をお届けできないかと考え、スタッフそれぞれの笑顔を缶バッジにし、着用して販売を行っています。

